

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI MEDIASI
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA MOBIL TOYOTA DI PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

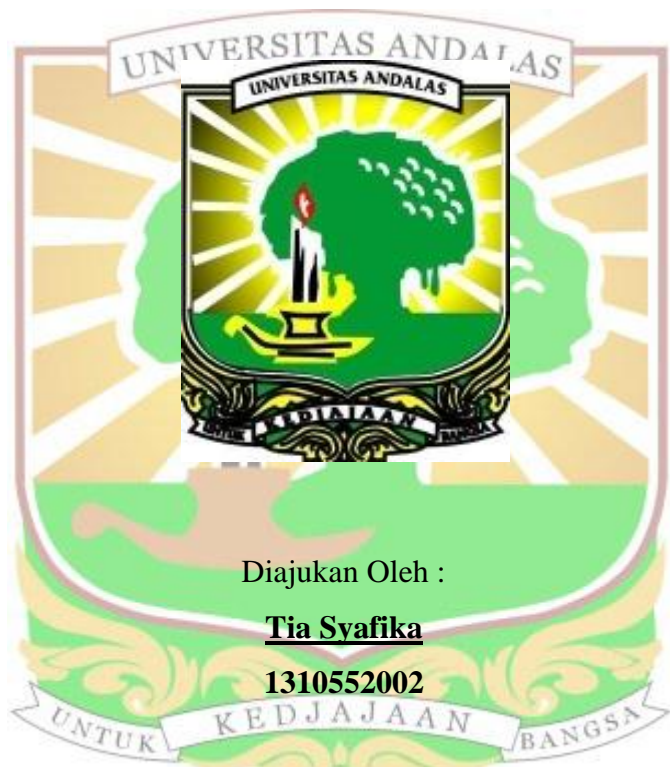
Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana

Pada Program Studi S1

Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Program Studi Manajemen

Jurusan Manajemen



Diajukan Oleh :

Tia Syafika

1310552002

Pembimbing :

Jauharry,. SE., MM


Kepada:

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PAYAKUMBUH

2017

	No. Alumni Universitas	Tia Syafika	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl.Lahir :Lubuk Sikaping /18 Januari 1995, b) Nama Orang Tua : Syafrizal Helmi dan Irianti Agustina c) Fakultas : Ekonomi Kampus II Payakumbuh, d) Jurusan : Manajemen, e) No. BP : 1310552002, f) Tgl Lulus : 09 Januari 2017, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK : 3,16 , i) Lama Studi : 3 tahun 5 bulan , j) Alamat Orang Tua : Sei Alim Ulu Dsn II. Kecamatan Air Batu, Kabupaten Asahan , Sumatera Utara.		

Pengaruh Country of Origin dengan Brand Image sebagai mediasi terhadap Purchase Intention pada mobil Toyota di Payakumbuh
Pembimbing: Jauharry, SE., MM

Abstrak

Perkembangan zaman yang semakin canggih menuntut konsumen untuk lebih selektif dan mulai peduli dengan negara asal produk (*Country of Origin*) dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Selain itu, teknologi yang semakin canggih yang mengakibatkan banyaknya produk yang memiliki fungsi, bentuk dan kualitas yang sama, sehingga *Brand Image* hadir sebagai pembeda antara produk merek Toyota dengan produk yang lain. *Country of Origin* dan *Brand Image* menjadi faktor yang tidak bisa dipandang sebelah mata dalam menimbulkan *Purchase Intention*. Jenis penelitian yaitu *Explanatory Research*. Metode penelitian Kuantitatif, Jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 105 responden yang berdomisili di Payakumbuh, dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling (purposive sampling)*. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data menggunakan *Structural Equation Model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Country of Origin* berpengaruh positif terhadap *Brand Image* dan *Purchase Intention*, *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention* dan *Brand Image* mampu memediasi *Country of Origin* terhadap *Purchase Intention* untuk mobil Toyota di Payakumbuh.

Keyword : Country of Origin, Brand Image, Purchase Intention

Skripsi ini telah dipertahankan dan dinyatakan lulus pada tanggal 09 Januari 2017. Abstrak telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Jauharry, SE., MM	Agestayani, SE., MM	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM

Mengetahui :

Koordinator

FEUA II Payakumbuh :

Lukman, SE., M.Si

NIP. 196411231993031003

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas / universitas dan mendapat nomor alumnus

	Petugas Fakultas / Universitas Andalas	
No. Alumni Fakultas:	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas:	Nama	Tanda Tangan